



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国美容机构市场 深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国美容机构市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/240087.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

【报告目录】

第一章 2012-2013年中国美容机构行业发展背景

第一节 美容机构基础阐述

一、美容机构界定

二、美容机构分类

(1) 医疗美容机构

(2) 生活美容机构

(3) 两者的区别与联系

第二节 美容机构行业经济环境分析

一、中国宏观经济现状

(1) 中国GDP增长情况

(2) 居民人均GDP增长

(3) 居民收入增长情况

(4) 居民消费支出水平

(5) 居民消费结构分析

二、中国宏观经济展望

第三节 美容机构行业社会环境分析

一、人口总量增长

二、人口结构变化

(1) 城镇化进程

(2) 人口性别结构

(3) 人口年龄结构

第二章 2012-2013年中国美容机构行业发展分析

第一节 国外美容业发展及对中国的启示

一、韩国美容业发展分析

(1) 韩国美容业消费环境

(2) 韩国美容业整体技术水平

(3) 韩国美容业市场规模

二、美国美容业发展分析

- (1) 美国美容业消费环境
- (2) 美国美容业整体技术水平
- (3) 美国美容业市场规模

三、日本美容业发展分析

- (1) 日本美容业消费环境
- (2) 日本美容业整体技术水平
- (3) 日本美容业市场规模

四、国外美容业发展对中国的启示

第二节 中国美容机构行业发展分析

一、中国美容机构行业发展历程

- (1) 初级阶段
- (2) 成长阶段
- (3) 发展阶段
- (4) 规范阶段

二、中国美容机构行业发展现状

- (1) 行业市场规模
- (2) 行业区域分布
- (3) 行业发展业态

三、中国美容机构行业发展特征

四、中国美容机构行业发展影响因素

第三节 中国美容机构行业竞争分析

一、中国美容机构行业竞争格局

二、中国美容机构行业议价能力分析

- (1) 上游议价能力
- (2) 下游议价能力

三、中国美容机构行业发展潜在威胁

- (1) 潜在进入者威胁
- (2) 替代品威胁

第四节 美容消费需求分析

一、美容目标消费人群

二、美容消费心理

三、美容消费支出

四、美容消费趋势

第五节 重点美容消费市场分析

一、北京美容消费市场分析

(1) 美容消费需求

(2) 美容市场竞争格局

(3) 美容市场发展潜力

二、上海美容消费市场分析

(1) 美容消费需求

(2) 美容市场竞争格局

(3) 美容市场发展潜力

三、广州美容消费市场分析

(1) 美容消费需求

(2) 美容市场竞争格局

(3) 美容市场发展潜力

四、成都美容消费市场分析

(1) 美容消费需求

(2) 美容市场竞争格局

(3) 美容市场发展潜力

五、深圳美容消费市场分析

(1) 美容消费需求

(2) 美容市场竞争格局

(3) 美容市场发展潜力

第三章 2012-2013年中国医疗美容机构发展分析

第一节 中国医疗美容机构发展环境分析

一、中国整形美容人数统计

二、中国整形美容消费调查

(1) 整容美容态度调查

(2) 整形美容原因分析

(3) 整形美容需求特点

(4) 消费群体年龄性别构成

- (5) 消费群体职业构成
- (6) 整形美容消费行为分析
- (7) 消费群体关注问题
- (8) 消费群体区域分布

三、中国医疗美容机构政策环境

- (1) 行业监管及自律机构
- (2) 主要行业监管政策法规
- (3) 行业监管政策展望

四、中国医疗美容机构技术环境

- (1) 医疗美容技术现状
- (2) 医疗美容技术进展
- (3) 医疗美容技术人员配置
- (4) 医疗美容设备配置

第二节 中国医疗美容机构发展分析

一、中国医疗美容机构发展历程

二、中国医疗美容机构发展现状

三、中国医疗美容机构业务模式

四、中国医疗美容机构规模分析

- (1) 医疗美容机构数量统计
- (2) 医疗美容机构人员统计
- (3) 医疗美容机构床位统计
- (4) 医疗美容机构设备统计
- (5) 医疗美容机构建筑面积统计

五、中国医疗美容机构服务提供情况

- (1) 医疗美容机构门诊服务分析
- (2) 医疗美容机构入院服务分析
- (3) 医疗美容机构床位利用分析
- (4) 医疗美容机构服务质量与效率

六、中国医疗美容机构运营状况分析

- (1) 医疗美容机构资产统计
- (2) 医疗美容机构收入统计
- (3) 医疗美容机构盈利能力

(4) 医疗美容机构偿债能力

(5) 医疗美容机构运营能力

(6) 医疗美容机构发展能力

七、中国医疗美容机构行业发展特征

(1) 医疗美容业高毛利率

(2) 医疗美容服务资源分布不均

(3) 医疗美容机构良莠不齐

(4) 医疗美容市场不正当竞争

八、中国医疗美容机构行业竞争格局

(1) 对从业资格和整形医生的竞争

(2) 对营销能力和最终顾客的竞争

(3) 外资和新型投资者进入引起的竞争

(4) 新型医技和纠纷处理能力的竞争

九、中国医疗美容机构发展前景展望

(1) 医疗美容行业发展趋势

(2) 医疗美容机构发展前景

第三节 中国主要医疗美容项目市场分析

一、胸部整形市场分析

(1) 胸部整形市场需求

(2) 胸部整形市场规模

(3) 胸部整形市场前景

二、眼眉整形市场分析

(1) 眼眉整形市场需求

(2) 眼眉整形市场规模

(3) 眼眉整形市场前景

三、鼻部整形市场分析

(1) 鼻部整形市场需求

(2) 鼻部整形市场规模

(3) 鼻部整形市场前景

四、口唇整形市场分析

(1) 口唇整形市场需求

(2) 口唇整形市场规模

(3) 口唇整形市场前景

五、面部整形市场分析

(1) 面部整形市场需求

(2) 面部整形市场规模

(3) 面部整形市场前景

六、除皱美容市场分析

(1) 除皱美容市场需求

(2) 除皱美容市场规模

(3) 除皱美容市场前景

七、吸脂瘦身市场分析

(1) 吸脂瘦身市场需求

(2) 吸脂瘦身市场规模

(3) 吸脂瘦身市场前景

第四章 2012-2013年中国生活美容机构发展分析

第一节 中国生活美容机构发展概况

一、中国生活美容机构发展历程

二、中国生活美容机构经营模式

(1) 单店经营模式

(2) 连锁经营模式

(3) 整合服务模式

(4) 生活美容与医学美容结合

(5) 专门店式经营模式

三、生活美容消费调查

(1) 选择生活美容机构因素

(2) 生活美容机构消费频率

(3) 生活美容机构消费方式

(4) 生活美容机构类型偏好

(5) 常规美容美体项目偏好

(6) 接受新项目的途径

(7) 对生活美容机构改善要求

第二节 中国生活美容机构运行现状与前景展望

- 一、生活美容机构经营情况
- 二、生活美容机构区域分布
- 三、生活美容机构竞争格局
- 四、生活美容机构发展趋势

- (1) 科技化趋势
- (2) 休闲化趋势
- (3) 品牌化趋势
- (4) 保健化趋势
- (5) 平民化趋势
- (6) 社区化趋势
- (7) 网络化趋势

五、生活美容机构发展前景

第三节 中国生活美容机构细分市场分析

一、护肤保养型美容院发展分析

- (1) 美容院市场需求
- (2) 美容院市场竞争格局
- (3) 美容院发展前景

二、减肥塑身型美容院发展分析

- (1) 美容院市场需求
- (2) 美容院市场竞争格局
- (3) 美容院发展前景

三、养生型美容院发展分析

- (1) 美容院市场需求
- (2) 美容院市场竞争格局
- (3) 美容院发展前景

四、产后恢复型美容院发展分析

- (1) 美容院市场需求
- (2) 美容院市场竞争格局
- (3) 美容院发展前景

第五章 2012-2013年连锁经营与中国美容机构发展分析

第一节 连锁经营定义及形式

一、连锁经营定义

二、连锁经营形式及比较

(1) 特许连锁

(2) 直营连锁

(3) 两者比较

三、连锁经营模式的优点

第二节 中国美容机构连锁经营概况

一、美容机构连锁经营的必要性

二、美容机构连锁经营的优势

三、美容机构连锁基础业态构成

(1) 化妆品及配套用品行业

(2) 美容研究与教育

(3) 美容美发机构与整形美容医院

第三节 中国美容机构连锁经营现状

一、中国美容连锁机构数量规模

二、中国美容连锁机构收入规模

三、中国美容连锁机构经营效益

四、中国美容连锁机构经营业态

(1) 服务型专业美容院连锁

(2) 销售型专业美容院连锁

(3) 网络推广型加盟美容院连锁

(4) 功效为主、突出专业的连锁

五、不同类型美容连锁机构经营分析

(1) 美容机构特许连锁经营分析

(2) 美容机构直营连锁经营分析

第四节 中国美容机构连锁经营分析

一、中国美容机构连锁经营存在的问题

(1) 战略方面

(2) 企业管理方面

(3) 营运管理方面

(4) 其它方面

二、中国美容机构连锁经营趋势分析

三、中国美容机构连锁经营策略分析

四、中国美容机构连锁经营策略案例解析

- (1) 唯美度
- (2) 克丽缇娜
- (3) 佐登妮丝
- (4) 自然美
- (5) 伊美尔
- (6) 梦圆皇宫

第六章 2012-2013年中国美容机构领先个案经营分析

第一节 中国医疗美容机构领先个案经营分析

一、武警总医院医学美容整形中心经营情况分析

- (1) 医院发展概况
- (2) 医院设备规模及水平
- (3) 医院技术人员规模及水平
- (4) 医院整形美容项目
- (5) 医院经营服务情况
- (6) 医院经营优劣势分析
- (7) 医院最新发展动向

二、中国医学科学院整形外科医院经营情况分析

- (1) 医院发展概况
- (2) 医院设备规模及水平
- (3) 医院技术人员规模及水平
- (4) 医院整形美容项目
- (5) 医院经营服务情况
- (6) 医院经营优劣势分析
- (7) 医院最新发展动向

三、北京叶子整形美容医院经营情况分析

- (1) 医院发展概况
- (2) 医院设备规模及水平
- (3) 医院技术人员规模及水平
- (4) 医院整形美容项目

- (5) 医院经营服务情况
- (6) 医院经营优劣势分析
- (7) 医院最新发展动向

四、伊美尔幸福美容专科医院经营情况分析

- (1) 医院发展概况
- (2) 医院设备规模及水平
- (3) 医院技术人员规模及水平
- (4) 医院整形美容项目
- (5) 医院经营服务情况
- (6) 医院经营优劣势分析
- (7) 医院最新发展动向

五、广州美莱医学美容医院经营情况分析

- (1) 医院发展概况
- (2) 医院设备规模及水平
- (3) 医院技术人员规模及水平
- (4) 医院整形美容项目
- (5) 医院经营服务情况
- (6) 医院经营优劣势分析
- (7) 医院最新发展动向

第七章 2013-2018年中国美容机构行业发展趋势与投融资分析

第一节 中国美容机构行业发展趋势

- 一、中国美容机构行业发展趋势
- 二、中国美容机构行业发展前景
- 三、中国美容机构行业发展建议

第二节 中国美容机构行业投资分析

- 一、美容机构行业投资现状
- 二、美容机构行业投资效益
- 三、美容机构行业投资风险
- 四、美容机构行业投资前景

第三节 中国美容机构行业融资分析

- 一、中国美容机构行业融资渠道

(1) 银行贷款

(2) 自有资金

(3) VC投资

(4) 其他融资渠道

二、中国美容机构行业融资现状

三、中国美容机构行业融资前景

【图表目录】

图表：医疗美容与生活美容比较

图表：2002-2013年中国GDP增长（单位：亿元，%）

图表：2005-2013年我国人均GDP增长（单位：亿元，美元）

图表：2005-2013年中国城乡居民收入增长（单位：元）

图表：2005-2013年中国城乡居民消费支出增长（单位：元）

图表：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况

图表：1990-2013年中国人口数量及增长情况（单位：亿人，%）

图表：近10年全球人口增长率（单位：%）

图表：1953-2013年中国各年龄组人口比例（单位：%）

图表：第三次婴儿潮人口步入婚育引发第四次婴儿潮（单位：万人，%）

图表：全球主要国家城市化水平比较（单位：%）

图表：1990-2013年中国城市化率情况（单位：%）

图表：1953-2013年中国65岁以上人口占比及变动情况（单位：%）

图表：我国与世界主流国家老龄化程度对比（单位：%）

图表：1997-2013年美国手术和非手术美容项目统计（单位：例）

图表：2012年美国整形美容费用支出统计（单位：美元）

图表：美容消费人群统计（单位：%）

图表：美容消费支出占全年收入统计（单位：%）

图表：2005-2013年我国整容人口统计（单位：万人）

图表：2004-2013年中国医疗美容机构数量统计（单位：家）

图表：2004-2013年中国医疗美容机构人员统计（单位：人）

图表：2004-2013年中国医疗美容机构床位统计（单位：张，%）

图表：2007-2013年中国医疗美容机构设备总价值统计（单位：万元，%）

图表：2007-2013年中国医疗美容机构万元以上设备台数（单位：台）

图表：2012年中国医疗美容机构设备分布统计（单位：%）

图表：2004-2013年中国医疗美容机构房屋建筑面积统计（单位：平方米，%）

图表：2004-2013年中国医疗美容机构业务用房面积统计（单位：平方米，%）

图表：2004-2013年以来中国医疗美容机构门诊人次（单位：人次）

图表：2004-2013年中国医疗美容机构入院人次（单位：人）

图表：2004-2013年中国医疗美容机构病人手术人次（单位：人次）

图表：2004-2013年中国医疗美容机构病床使用率（单位：%）

图表：2012年中国医疗美容机构服务质量与效率（单位：日，人次，%）

图表：200-2013年中国医疗美容机构资产统计（单位：万元）

图表：2004-2013年中国医疗美容机构收入统计（单位：万元）

图表：2007-2013年中国医疗美容机构盈利能力（单位：%）

图表：2007-2013年中国医疗美容机构偿债能力（单位：%）

图表：2007-2013年中国医疗美容机构运营能力（单位：次）

图表：2007-2013年中国医疗美容机构发展能力（单位：%）

图表：2006-2013年我国不同性质医疗美容机构数量比较（单位：家）

图表：人们吸脂减肥整形术态度分析

图表：选择生活美容机构因素占有率（单位：%）

图表：生活美容机构消费频率（单位：%）

图表：生活美容机构消费方式（单位：%）

图表：生活美容机构类型偏好（单位：%）

图表：生活美容机构类型偏好（单位：%）

图表：接受新项目的途径（单位：%）

图表：对生活美容机构改善要求（单位：%）

图表：直营连锁与特许连锁对比分析

图表：2000-2013年化妆品零售额和社会零售总额增速对比分析（单位：%）

图表：2007-2015年化妆品行业市场规模状况与预测（单位：亿元，%）

图表：武警总医院医学美容整形中心的项目列表

图表：武警总医院医学美容整形中心经营优劣势分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/240087.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。